ИССЛЕДОВАНИЕ

Ксенофонтов В.И.[1], Болганова И.В.[2], Климовских Н.В.[2]

[1] *Краснодарский центр научно-технической информации*

[2] *Институт экономики и управления в медицине и социальной сфере, г. Краснодар*

Содействие развитию предпринимательства на местном уровне

АННОТАЦИЯ:

В данной статье рассматриваются организационно-правовые формы реализации предпринимательской деятельности, механизмы воздействия на хозяйствующие субъекты со стороны органов местного самоуправления

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *предпринимательство, инфраструктура предпринимательской деятельности, органы содействия развитию предпринимательства, муниципальный заказ*

JEL: *H32, L26, L50*

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ:

Ксенофонтов, В.И., Болганова, И.В., Климовских, Н.В. (2015). Содействие развитию предпринимательства на местном уровне. *Российское предпринимательство, 16*(13), 1989-1998. doi: 10.18334/rp.16.13.491

Ксенофонтов Виталий Иванович, д-р экон. наук, директор Краснодарского центра научно-технической информации (23Ksenofontov@rosenergo.gov.ru)

Болганова Ирина Владимировна, канд. полит. наук, доцент кафедры экономики и управления Института экономики и управления в медицине и социальной сфере, г. Краснодар

Климовских Надежда Валерьевна, канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и управления Института экономики и управления в медицине и социальной сфере, г. Краснодар

ПОСТУПИЛО В РЕДАКЦИЮ: 23.06.2015 / ОПУБЛИКОВАНО: 17.07.2015

ОТКРЫТЫЙ ДОСТУП: http://dx.doi.org/10.18334/rp.16.13.491

(с) Ксенофонтов В.И., Болганова И.В., Климовских Н.В. / Публикация: ООО Издательство "Креативная экономика"

Статья распространяется по лицензии Creative Commons CC BY-NC-ND (http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/)

ЯЗЫК ПУБЛИКАЦИИ: русский

Ксенофонтов, В.И., Болганова, И.В., Климовских, Н.В. (2015). Содействие развитию предпринимательства на местном уровне. *Российское предпринимательство, 16*(13), 1989-1998. doi:10.18334/rp.16.13.491

Введение

Как общественное явление предпринимательство отличается многовековой историей. Уже с XVII века ученые разных стран занимались разработкой теории предпринимательства. Между тем, основные положения этих теорий за несколько столетий кардинально не изменились в силу того, что предпринимательство, несмотря на преобразование своих форм с течением времени, сохраняло свою сущность. Поэтому в целом основные положения этих теорий сводятся к трем ключевым моментам. Во-первых, в качестве основной цели предпринимательства выделяется преобразование производства, основанное на использовании новых технологий и техники. Во-вторых, предпринимательство присуще всем общественно-экономическим формациям. В-третьих, решающую роль в генезисе и эволюции предпринимательства играет хозяйственно-политическая среда.

Наиболее глубокий анализ проблемы предпринимательства получили в трудах зарубежных исследователей, таких как А. Смит, И. Шумпетер, Ж. Сэй, Д. Кларк, М. Вебер, Р. Кантильон. Последним и был введен в научный оборот сам термин «предпринимательство»[1]. В отечественной же экономической литературе долгое время рассматривались лишь некоторые аспекты данной проблемы. Однако опыт стран, переживших экономический кризис, доказал необходимость проведения политики, ориентированной на оказание помощи и содействие развитию малого и среднего предпринимательства, без которой невозможно достичь ощутимых результатов по достижению сбалансированного экономического роста[2].Такие необходимые для развития современной экономики условия, как нейтрализация монополизма, формирование все большего числа рабочих мест, оздоровление природной среды, невозможны без функционирования средних и особенно малых предприятий, играющих в этом если и не ведущую, то важную роль. Из этого следует, что предпринимательство нуждается в государственной, но еще в большей степени муниципальной поддержке*(Карпун, 2014; Ладыгин, 2010; Павлов, 2011; Салмов, 2004; Сибаева, 2015; Сычева, 2014; Шестоперов, 2010; Ács, Autio, Szerb, 2014; Åslund, 2012; Decarolis, Giorgiantonio, 2014; Goretsky, 1986; Lyne, 1996; Millán, Congregado, Román, 2014; Sarafopoulos, Ioannidis, 2014; Simcoe, Toffel, 2014)*. И данный вопрос носит чрезвычайно актуальный

[1] *Российское предпринимательское право* (2011). М.: Проспект.
[2] Круглова, Н.Ю. (2013). *Хозяйственное право* (3-е изд., перераб. и доп.). М.: КНОРУС.

характер, поскольку затрагивает экономику, политику, экологию, то есть, по сути, все жизненно важные сферы общества.

В настоящее время во многих российских муниципалитетах уже созданы и активно функционируют органы по содействию развития предпринимательства, в качестве которых в большинстве случаев выступают образованные на базе местных администраций специальные подразделения, координирующие взаимодействие районных и городских администраций с предпринимателями. Данные отделы основной своей задачей имеют обеспечение постоянного диалога и двустороннего обмена информацией, а также консультирование предпринимателей по правовым аспектам вопросов налогообложения и постоянно возникающим другим производственным проблемам.

В ходе анализа ситуации, сложившейся в большинстве муниципалитетов, обнаружилось, что именно малые частные предприятия обеспечивают им значительные поступления в местный бюджет, доля которых зачастую превышает поступления от государственных предприятий и некогда приватизированных комплексов. Между тем, малое и среднее российское предпринимательство отличается недостаточно быстрыми темпами развития, в котором к тому же присутствуют и ощутимые диспропорции. Речь в данном случае идет о недостаточном развитии предпринимательства в производящей сфере. Как известно, наибольшая доля малых и средних предприятий приходится на сферу торговли, а не на создание и выпуск новой продукции. В этих условиях первостепенно важной задачей для местных администраций становится разработка концепций по экономическому развитию территорий, способствующих инициации создания не просто частного бизнеса, а бизнеса, ориентированного на производственную сферу.

Среди проблем, возникающих при взаимодействии структурных подразделений администраций с хозяйствующими субъектами, можно назвать несколько наиболее существенных. Прежде всего, это отсутствие хорошо отлаженного диалога, взаимопонимания, причиной которому служит недостаток информации, отчасти по причине быстро изменяющегося законодательства, и отсутствие институционально закрепленных принципов этого диалога. Во многих случаях бюрократический аппарат воспринимается предпринимателями как медленно действующий и во многом мешающий.

Другая проблемасвязана с тем, что у предпринимателей нет постоянных партнеров в администрациях, лиц или подразделений, к которым можно было бы обратиться по любому вопросу в любое время. А без этого не может идти и речи о формировании доверия к администрации со стороны предпринимателей, создании атмосферы открытости и ясности.Любой предприниматель, являясь неопытнымв административных вопросах, стремится найти в лице администрации не только союзника, но и своего рода защитника собственных интересов.

Поскольку муниципальные образования имеют свои отличительные особенности и финансовые возможности, к формированию в структуре местных администраций подразделений по содействию развития предпринимательстванельзя использовать стандартный подход, важно в каждом отдельно взятом случае подходить к данному вопросу индивидуально. Однако какую бы организационную форму не имел отдел, занимающийся вопросами предпринимательской деятельности, он должен возглавляться компетентным лицом, пользующимся доверием как у самой администрации, так и у предпринимателей. Кроме того, он должен обладать достаточной компетенцией, позволяющей без затруднений получать справочные и информационные материалы и принимать соответствующие решения.

В целом же отделы при городских или районных администрациях– это органы, призванные оказывать всемерную поддержку предпринимателям и способствующие налаживанию взаимодействия не только между органами местного самоуправления и хозяйствующими субъектами, но и между предпринимателями и сторонними организациями по поддержке развития предпринимательства. То есть речь идет о поддержке развития инфраструктуры предпринимательской деятельности, которую формируют три категории органов и организаций – это самоорганизующиеся структуры предпринимателей; органы, способствующие взаимодействию предпринимателей и местной администрации; сторонние организации, оказывающие поддержку в развитии предпринимательства.

Специфика каждой отдельной структуры определяет стоящие перед теми или иными органами конкретные задачи. Но в качестве общей цели для всех них будет выступать всемерное содействие развитию предпринимательства, а, в конечном счете,содействие благоприятному экономическому развитию муниципального

образования, которое во многом обусловлено участиемместных предпринимателей и достаточно отлаженным диалогом с ними. Такой диалог совсем не указывает на необходимость отдельных структур или чиновников администраций каждый раз непосредственно прибегать к мнению предпринимателей в решении возникших проблем. Для удобства и эффективности в налаживании систематического контактас предпринимателями следует обращаться к представляющим интересы, как всех предпринимателей, так и их определенных групп, соответствующим органам или организациям, расположенным на территории муниципального образования. В качестве таких структур могут выступать советы, союзы или ассоциации предпринимателей, которые являются,в соответствии с Гражданским кодексом, некоммерческими организациями, объединяющими юридических и (или) физических лиц, выступающих в роли хозяйствующих субъектов[3].

Естественно, что недостаточно создать подобные организации, важно еще и обеспечение их активного участияв наиболее важных для муниципалитета вопросах, касающихся его экономического и стратегического развития, а также создание механизма, позволяющего поддерживать такое участие на постоянной основе.И здесь важна не столько материальная, сколько обеспечиваемая со стороны местной администрации организационная и институциональная основа этого участия, позволяющая регулярно, а не время от времени, обмениваться информацией, совместно подготавливать и проводить различные мероприятия – семинары, круглые столы, конференции для предпринимателей. Кроме того, организации предпринимателей, то есть любые формы их объединений, должны иметь возможность решать первостепенно важные для себя задачи, а именно:

– представлять свои интересы в переговорах с любыми структурами, лицами и органами, включая органы местного самоуправления;

– организовывать и проводить различные семинары, мероприятия, съезды, конференции, посвященные наиболее актуальным вопросам предпринимательства;

– распространять интересующуюпредпринимателей информацию;

[3] Федеральный закон от 21.10.2014 № 51-ФЗ (ред. от 05.05.2014).

– организовывать совместное участиев выставках и ярмарках, осуществлять другие мероприятия рекламного характера, а такжепроводить совместный маркетинг;

– вносить свою лепту в разработку программ социально-экономического развития территории;

– участвовать в обсуждении вопросов по созданию и обеспечениюблагожелательного инвестиционного климата на соответствующей территории;

– поддерживать предпринимателей в различных инстанциях, вплоть до судебных, при возникновении различных незаконных барьеров, препятствующих предпринимательской деятельности, а также при возникновении споров, как между самими предпринимателями, так и в случаях, где хотя бы одной стороной выступает предприниматель или предприятие.

Все вопросы относительно деятельности организаций по поддержке предпринимателей, включая и ее финансовую сторону, должны отражаться в их учредительных документах. Например, для ассоциаций или союзов предпринимателей Гражданский кодекс РФ устанавливает в качестве таких документов подписанный всеми членамиэтих организаций учредительный договор и утвержденный ими Устав.

Следует отметить, что в ряде российских муниципалитетов положительно зарекомендовали себя такие организации по содействию предпринимательству, как торгово-промышленные палаты, членами которых могут быть любые предприниматели, независимо от их различных признаков. Регламентация деятельности торгово-промышленных палат установлена Федеральным законом № 5340-1 от 07.07.1993 г.[4].В частности, п. 2 ст. 3Закона закреплен круг вопросов, которые должны решатьторгово-промышленные палаты:

– оказание помощи предприятиям и предпринимателям, представление и защита их интересов по вопросам осуществления ими хозяйственной деятельности не только на территории страны, но и за рубежом;

– организация взаимодействия, как между предпринимателями, так и субъектами предпринимательской деятельности с социальными партнерами и органами государственной и муниципальной власти;

[4] Закон Российской Федерации от 07.07.1993 № 5340-I «О торгово-промышленных палатах в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями). С. 7.

– содействие получению предпринимателями соответствующего образования и в целом системе подготовки кадров для осуществления хозяйственной деятельности;

– создание для предпринимателей, их объединений, союзов и ассоциаций системы по оказанию информационных услуг и т.д.

Таким образом, создание организаций, обеспечивающих поддержку и развитие предпринимательства, может происходить в разных формах. Важно, чтобы они не замыкались в рамках одного муниципального образования, а стремились к приобретению статуса организаций регионального и межрегионального уровня.

Важнейшим инструментом развития предпринимательства на местном уровне является конкурсное размещение муниципальных заказов. Если брать во внимание обстоятельства как политического, так и чисто экономического характера, то вопрос об урегулировании отношений в области размещения публичных заказовносит весьма актуальный характер. К главным причинам, обусловливающим значимость данных отношений, можно отнести следующие:

– присутствие в этих отношениях непосредственно органов публичной власти, действующих от имени и в интересах всего населения;

– использование для оплаты размещаемых заказов средств налогоплательщиков;

– решение такой постоянно встающей перед органами государственной и муниципальной власти проблемы как экономное расходование средств бюджетов;

– необходимость в создании условий, направленных на поддержание и развитие свободной конкуренции между предпринимателями.

Все указанные обстоятельства обуславливают необходимость в тщательном, корректном и контролируемом подходе к вопросу о размещении публичных заказов.

Поскольку большинство российских муниципальных образований находится сегодня в достаточно стесненных финансовых условиях, конкурсное размещение муниципального заказа вызывает со стороны местных властей повышенное внимание. Во-первых, данный механизм способствует экономии бюджетных денег, а иногда в значительных размерах, во-вторых, благодаря ему у начинающих предпринимателей появляется реальная возможность участвовать в

открытой конкурентной борьбе. Для действенности последнего фактора важно, чтобы на территории муниципалитета действовали четко регламентированные правовые нормыпо регулированию различных аспектов конкурсного размещения заказа, тщательно прописывались правила участия в конкурсах и допускались все претенденты без какой-либо дискриминации.

Следует сказать, что у конкурсного размещения муниципальных заказов есть и свои противники, считающие невозможным широкое введение данного института, так как в муниципалитете значительная часть расчетов происходит путем взаимозачетов, а не за наличные средства. Это, по мнению приверженцев данной позиции, сужает возможности местной администрации, которая стремится разместить муниципальный заказ лишь среди тех предприятий, которые являются должниками перед бюджетом. Администрация не осуществляет реальную оплату таким предприятиям за выполнение заказа, а списывает с него его задолженность. На практике же это ведет к негативным последствиям, таким как:

– необоснованное и зачастую весьма существенное завышение цены за предоставляемую в рамках заказа услугу;

– отстранение от конкурсной борьбы большей части предприятий;

– поддержка со стороны администрации тех предприятий, которые зачастую оказываются нежизнеспособными и лишение реального шанса более перспективных предприятий.

Важнейшими препятствиями на пути к широкому внедрению механизма конкурсного размещения муниципальных заказов отмечается и несвоевременное принятие местных бюджетов, и отсутствие цивилизованных, прозрачных методови правил поразмещению заказов. Последнее обстоятельство вызвано рядом причин, и, прежде всего, слабым развитием законодательства, регулирующего различные процедуры размещения муниципальных заказов. Кроме того, развитию конкурентной борьбы путем осуществления данных процедур существенно мешаютсильные и активно лоббируемыеинтересы не только определенных ведомств, но и отдельных чиновников, а порой и сращивание хозяйствующих субъектов с этими ведомствами. Это требует создание системы контроля за правильностью размещения муниципальных заказов, санкций за нарушение принципов и порядка размещения.

Выводы

Подводя итог вышесказанному, важно еще раз подчеркнуть, что конкурсное размещение муниципального заказа – это не только принцип распоряжения бюджетными средствами, обеспечивающими прозрачность и экономность их расходования, но и действенный инструмент развития предпринимательства.Являясь ежегодным заказчиком больших объемов товаров, услуг и работ, муниципалитет для предпринимателей выступает в роли довольно привлекательного делового партнера. Немаловажно для предпринимателей и общественное признание их труда, полученное в ходе победы на конкурсе и заключения совместного контракта с органами публичной власти. И наконец, для предпринимателя оказывается выгодным заключать контракт с муниципальными властями в силу того, что никакое муниципальное образование не может быть признано банкротом, а значит, всегда есть возможность взыскания долга с заказчика, просрочившего оплату за поставленные товары,оказанные услуги и произведенные работы.

ИСТОЧНИКИ:

Карпун, А.Н. (2014). Правовое обеспечение государственного и муниципальный заказ в системе управления экономикой. *Электронный вестник Ростовского социально-экономического института, 4*, 37-44.

Ладыгин, В.В. (2010). Поддержка малого бизнеса на муниципальном уровне в россии: основные этапы и тенденции. *Вопросы государственного и муниципального управления,4*, 32-49.

Павлов, К.В. (2011). Направления и формы государственной поддержки развития малого бизнеса в регионе (на примере белгородской области). *Региональная экономика: теория и практика, 25*, 2-10.

Салмов, А.Н. (2004). Программно-целевое обеспечение и регулирование государственной поддержки малого предпринимательства на уровне органов местного самоуправления региона. *Регионология, 2*, 135-141.

Сибаева, Г.Р. (2015). Модель государственного регулирования и поддержки предпринимательства. *В мире научных открытий, 5*, 454-461.

Сычева, В.А. (2014). Влияние органов местного самоуправления на инновационное развитие территории. *Вестник Российской академии естественных наук (Санкт-Петербург), 1*, 113-119.

Шестоперов, А.М. (2010). Государственный и муниципальный заказы для малого бизнеса: законодательство и реальная практика. *ЭКО, 6*, 154-162.

Ács, Z.J., Autio, E., Szerb, L. (2014). National Systems of Entrepreneurship: Measurement issues and policy implications. *Research Policy, 43*(3), 476-494. doi: 10.1016/j.respol.2013.08.016

Åslund, A. (2012). How entrepreneurship could be promoted after the collapse of a socialist economic system. *Journal of Asian Economics, 23*(2), 157-167. doi: 10.1016/j.asieco.2011.09.003

Decarolis, F., Giorgiantonio, C. (2014). Local public procurement regulations: The case of Italy. *International Review of Law and Economics,* doi: 10.1016/j.irle.2014.08.004

Goretsky, M. (1986). Market planning for government procurement. *Industrial Marketing Management, 15*(4), 287-291. doi: 10.1016/0019-8501(86)90020-9

Lyne, C. (1996). Strategic procurement in the new local government. *European Journal of Purchasing & Supply Management, 2*(1), 1-6. doi: 10.1016/0969-7012(95)00022-4

Millán, J.M., Congregado, E., Román, C. (2014). Persistence in entrepreneurship and its implications for the European entrepreneurial promotion policy. *Journal of Policy Modeling, 36*(1), 83-106. doi: 10.1016/j.jpolmod.2013.10.001

Sarafopoulos, G., Ioannidis, P.G. (2014). Local Agents' Cooperation as a Signal Game: Firms, LocalGovernments and Investment Strategies. *Procedia Economics and Finance, 9*, 133-141. doi: 10.1016/S2212-5671(14)00014-8

Simcoe, T., Toffel, M.W. (2014). Government green procurement spillovers: Evidence from municipal building policies in California. *Journal of Environmental Economics and Management, 68*(3), 411-434. doi: 10.1016/j.jeem.2014.09.001

Vitaly I. Ksenofontov, Doctor of Sciences, Economics; Director of the Krasnodar Centre for Scientific and Technical Information
Irina V. Bolganova, Candidate of Sciences, Political Sciences, Associate Professor of the Chair of Economics and Management, Institute of Economics and Management in Medicine and Social Sphere, Krasnodar
Nadezhda V. Klimovskikh, Candidate of Sciences, Economics, Associate Professor of the Chair of Economics and Management, Institute of Economics and Management in Medicine and Social Sphere, Krasnodar

Promoting the development of entrepreneurship at the local level

ABSTRACT:
This article focuses on the organizational and legal forms of business implementation, and mechanisms of influence on businesses by local authorities
KEYWORDS: entrepreneurship, infrastructure of entrepreneurship, public entrepreneurship, municipal order